

2017

ステキなお店をつくる情報誌

7

月刊

# オミセラブ

vol.68



## CONTENTS

ガラリーと印象がかわる！TOPページの整理整頓ポイント

7月のセミナー・イベント情報

今月の情報発信のヒント

お店にオススメの一冊

「人生を思いどおりにデザインする おかたづけの作法」

Column - リンクボタン作成機能のご紹介

Column - コーポレートカラーについて

Column - 「オンデマンド印刷」と「オフセット印刷」の違い



穂口大悟

代表取締役 お客様係

やっとこさ2冊目の本の原稿を書き終えました！  
これから編集を経て出版まですしかりますが、  
とりあえず一段落！

# ガラリーと印象がかわる！ TOPページの整理整頓ポイント

**T**OPページはホームページの玄関。お店で言えば店構え！いくらホームページ内部にお客様にアピールする内容を書いても、刺さるオンリーワンなメニューや商品のページを作っても、TOPページがごちゃごちゃしていると、内部にまで入ってきけません。だから、TOPページをすっきり見やすくするのってとっても大切。定期的にTOPのチェックをして整理整頓する必要があります。

## まずはTOPページ内容をチェック！

### ✓ パッと見て、何屋さんかわかるか？

まずはご自身のお店のTOPページを見て、「何屋さん」かがパッとわかるかチェックしてみましょう。何屋さんか解らないTOPページだと、訪問者はすぐに帰ってしまうでしょう。

ストレートに「エステサロン」「アロマサロン」「うどん店」「保険代理店」などが目立つように記載しましょう。また業種を象徴するような写真が目飛び込んでくるようにすることも重要です。

### ✓ 対象（ターゲット）が伝わるか

何屋さんかわかっても、どんなターゲット向けのお店なのかが伝わらないと、訪問者は内容を読み進めたいとは思わないでしょう。「40歳からのエステサロン」「子育てママのためのアロマサロン」など、ターゲットを言葉で表現するのも良い方法です。また、TOPページで使用する写真に登場するモデルの年齢にも気を配りましょう。

### ✓ お店のコンセプトや築きたいブランドが伝わるか

お店が大切にしているコンセプトや、将来築きたいブランドが伝わるようになっていくでしょうか。「京都で、子育てママのサロマと言えは” サロン名”」や「福岡の40代の女性のライフプランニングなら” 店舗名”」など、「〇〇といえば、△△」というブランドが伝わるように、言葉遣いやお店のこだわりをTOPで伝えるようにしましょう。

## コンテンツの整理

### ✓ 一番売りたい商品やメニューが見えているか

一番売りたい商品もしくはメニューは、ワンクリックでたどり着けるようになっていますか？最も見ていただきたいのに、カテゴリ分けされた奥の方に隠れてしまっていないでしょうか。

### ✓ お店の場所がわかるか

インターネットは全国どこからでも見られるメディア。だからこそ、どこに店舗があるのがTOPに出ていることが重要になります。また遠隔や出張でのサービスが可能な場合はそのことをTOPページでわかりやすく書きましょう。

### ✓ お店の人（スタッフ）が見えるか

どんな人がお店にいるのか、サービスを行うのがわかると、お客様

はとても安心します。TOPページで店主の顔が見えるようにすることは、来店前の不安なお客様への心遣いでもあります。

## デザインの充実

上の項目で情報を整理整頓したら、あとは見た目、つまりデザインを見やすくすることに取り組んでみましょう。

### ✓ ヘッドライン画像

ヘッドライン画像とはTOPページの一番目立つ部分に配置される画像のことをいいます。リウムスマイル!では、通常、3枚のヘッドライン画像が入れ替わるように設定されています。

リウムスマイル!のお手本であらかじめ用意されている画像や、画像ライブラリボタンを押して様々な画像を選ぶことができますが、ここを自分で撮影したお店やスタッフさんの写真に変更することで、TOPページの完成度はかなり上昇します。写真を入れ替えるだけならそんなに難しくはありません。TOPページの質をワンランクあげたい場合はチャレンジしてみましょう。

### ✓ バナー

メニューなどのページへリンクする、ボタンをバナーと呼びます。このバナーもヘッドライン画像と同じく、リウムスマイル!のデザインスキンで定められたものが用意されていますが、お店の雰囲気に合うものに変更するとTOPページのクオリティが簡単にアップします。まずは、バナーライブラリから雰囲気に合ったものを選ぶと良いでしょう。

TOPページは、ホームページ公開後の更新や追加で知らず知らずのうちにごちゃごちゃしてしまいがち。半年ごとくらいに定期的にチェックをして整理整頓するようにしましょう。

## リウムスマイル!ユーザー限定 スロの手を借りる「デザイン仕上げサービス」



TOPページを含めた、ホームページの全ページをプロのデザイナーがチェックしてデザイン的に仕上げるおまかせのサービスです。

ロゴやヘッドライン画像、バナーなどを、お店の雰囲気に合ったものに作成し変更します。またレイアウトなども整理し、デザイン的に見やすくします。「内容は頑張ったけど、プロの手でデザインをカッコよくしてほしい!」という方に最適です。

詳しくは管理画面の上部にある「お問い合わせ」よりご連絡ください。

# 7月のセミナー・イベント情報

Seminar Schedule

S M T W T F S

2	3	4	5 メルマガ 9:30 デザイン 14:00	6	7	8
9	10 ブログ&FB 9:30 予約管理 14:00 チョイ聞き 16:00	11	12	13 メルマガ 14:00	14 デザイン 9:30	15
16	17	18 画像作成 9:30 チョイ聞き 14:00 ブログ&FB 16:00	19 予約管理 9:30	20 デザイン 16:00	21	22
23	24	25	26	27 画像作成 14:00 予約管理 16:00	28 チョイ聞き 9:30 ブログ&FB 14:00 メルマガ 16:00	29
30	31 画像作成 16:00	1 デザイン 9:30 予約管理 14:00 メルマガ 16:00	2	3 チョイ聞き 14:00 予約管理 16:00	4	5

## セミナー・イベント お申し込みについて

- リウムスマイル！ホームページの「セミナー・イベント」カレンダーよりお申し込みください。  
URL : [http://riumsmile.jp/calendar\\_11.html](http://riumsmile.jp/calendar_11.html)
- セミナー参加費：ユーザー様 3,000円／ユーザー様以外 5,000円 ※チョイ聞き質問会は無料
- 各セミナー・イベントは前払い制となっております。受講日までにお支払いお願い致します。
- 講座には「パソコン(無線LAN内蔵のもの)」をお持ちください。 ※チョイ聞き質問会は不要





今月の情報発信の

# ヒント



ホームページのブログやメルマガなどで  
お客様にお役立ち情報をお伝えするためのヒントをお伝えします！

## 夏を盛り上げる提案を！



関東の梅雨明けは例年7月20日頃、関西の梅雨明けは例年7月26日頃といわれています。ということは、7月後半には夏本番！日差しも強く、体感温度も高く感じるようになりますので、「夏」への消費意欲が一気に加速します。

暑さの不快を解決する提案・夏の楽しさを盛り上げる提案を行いたいですね。特に食品の消費は夏がピーク！店頭から暑い夏を盛り上げていきましょう！



最高気温	31.6	最低気温	24.3
平均気温	27.4	相対湿度	70

大阪(1981~2010の平均値) 気象庁HP気象統計情報

## 7月のブログ・メルマガのヒント

例にあげたキーワードから、自分のお店やサロンでどんな情報発信ができるか考えてみてください。

最初は上手にできなくても、慣れていくとコツが掴めるものです！

### 7月のポイント

梅雨明けは文字通り、本格的な夏到来宣言！夏に入り、最高気温が30度を超えると、暑さも不快に感じてきます。

暑さ対策や暑さによる影響に関する販促は、お客様の「感性」に届きやすいので気温の変化に注目しましょう。

### 7月の行事・暦・祭り

7月01日：祇園祭	7月17日：海の日
7月02日：半夏	7月23日：大暑
7月07日：七夕	7月25日：土用の丑の日・大阪天神祭
7月10日：お盆	7月29日：隅田川花火大会

### 7月のキーワード

#### 暑さ対策

日焼け止め・安眠対策グッズ・日傘・暑さ対策グッズ

#### 夏物衣料・小物

ゆかた・夏スーツ・Tシャツ・サングラス・ビーチサンダル

#### 冷製メニュー

アイス・冷製メニュー・食欲増進の辛いメニュー

#### 夏を控えての美容

脱毛・部分痩せ・紫外線対策

#### 旬の食材

アスパラガス・トマト・鱈・鯉・すいか・ブラム



お店におすすめの一冊！

## 人生を思いどおりにデザインする おかたづけの作法

人生を思いどおりに  
デザインする  
おかたづけの  
作法



御片付人® 三谷直子  
失敗パターンに、  
サヨナラしよう。

「いつもやってしまう」「片をつけられない」「あんなに片付けたいのに、97%が無意味に支配される結果から、片付けを断念して、できる自分の片付けをしよう。一生の片付けが人生を変える。おかたづけの作法は、人生を変える。」

失敗パターンにサヨナラしよう。

いつもやってしまう・三日坊主…そんな「気を付けても直らない失敗」

単に見た目をきれいにするだけの目的でなく、  
心理学の見地から行動療法としてかたづけを提案します。

暮らしの場にあるモノを整理していくことで心の中・頭の中も整理され、自分が大切にしていることや、目指しているものがハッキリと浮かび上がるのです。

理想を現実にしていく力を育むメカニズムを明快に解説する一冊。

「おかたづけ」にまつわる8つの作法で、一步の行動から人生を変えましょう。

【カナリア書房 / 定価（本体1,500円＋税） / 257ページ】

## 目次 index

Chapter1 「おかたづけ」でミラクルを起こす作法

Chapter2 おかたづけ原理原則の作法

Chapter3 整理、そして整理…徹底して整理する作法

Chapter4 「やらなくちゃ」をリアルな行動にうつす作法

Chapter5 勿体無い(モッタイナイ)の作法

Chapter6 収納で空間をマネジメントする作法

Chapter7 “場”の力を整える作法

Chapter8 行動を続けるための作法

Exercise 実践しましょう<洋服とクローゼット>

「片付けたいとわかっているけれど、できない・・・」収納家具を買ったり、片付けスキルの本を読んだりして、細切れの知識やスキルをインプットしても、片付け上手にはなれないものです。なぜかという、ほとんどの方が片付けの「正しい順番と原則の理論」がわかっていないからなのです。

私自身もともと「片付けられない女」でした。頑張っているのに、うまく行かなかった学生時代のある日、自分の部屋がとても汚いことに気が付いてしまったのです。この部屋に住んでいる限り、私の人生はずーっと空回りなんだわ、と思い、片付けをスタートさせました。けれど、がんばってモノをしまったり、捨てたりして、いちおうキレイになるのだけれども、すぐに散

らかってしまうんですね。こうした片付けの試行錯誤と私が大学院等で研究してきた心理学とが噛み合った時、片付けの「正しい順番」を見つけることができたのです。

この本では、片付けの正しい手順・理論をNLPをはじめとした心理学の視点で、心の問題として説明しています。とはいえ、堅苦しくなりすぎないように、お客様とのやりとりを再現しながら、心の動き・その後の変化をエピソードとして盛り込み、スラスラ読み進められるよう工夫していますのでご安心ください（笑）。

「部屋はここを映す鏡」とは、昔から言われていることです。よりよく人生を前進する方法のひとつとして、片付けにチャレンジしていただくと嬉しいです。



### 三谷直子

御片付人

かたづけブーム前の2010年に起業。コーチングと整理収納を組み合わせ、個人様宅のかたづけ、中小企業様の書類整理と整理収納のコンサルティングを手掛ける。コミュニケーションスクールでの講座を軸に、女性センター・高齢者施設をはじめとする公共機関、モデルルーム・モデルハウスでの講座を多数担当。大阪・北浜の事務所を構え、後進の育成に力を入れる。京阪神を中心に活躍中。

## システム開発裏話

### リンクボタン作成機能のご紹介



藤田憲一 取締役最高技術責任者  
暑くなってきましたね～

先日のリウムスマイル！の機能アップデートで、下のようなホームページへのリンクボタンが簡単に作れるようになりました。

予約する

このリンクボタンは、アメブロなどの外部ブログなどに貼り付けることができます。

これによってどんなことができるかと言いますと、ご予約カレンダーへのリンクボタンを「予約する」ボタンとしてブログに貼り付けて、ブログからもサッと予約できるようにしたり、お問い合わせフォームへのリンクボタンを「お気軽にお問い合わせください」ボタンとしてブログに貼り付けて、ブログからもサッとお問い合わせしたりできます。また、その他にもキャンペーン告知ページや、イベント告知ページへのリンクボタンを、ブログ記事中

に簡単に貼り付けることもできます。ブログで、「イベントやりますよ～」の記事だったり、「ご予約空きがございますよ」の記事だったり、「新メニューモニターキャンペーン中！」の記事などを書いたら、サッとホームページへ誘導できるリンクボタンを貼り付けるのに活用してください！

このリンクボタンは、アメブロだけでなく、gooブログやワードプレスなど、ほとんどのブログサービスの本文に埋め込むことが可能です。ホームページ以外に、外部のブログをお持ちの方は、是非このリンクボタン機能をご活用ください。

詳しい操作手順は↓のマニュアルページをご用意しておりますので、ご覧ください。また、ご不明点などございましたら、お気軽にサポートまでお問い合わせください！  
[http://riumsmile.jp/contents\\_3282.html](http://riumsmile.jp/contents_3282.html)

ご自身のお店やサロンに、「コーポレートカラー」はありますか？  
コーポレートカラーとは、企業や団体等の組織を象徴する色のことです。会社などのロゴマークやチラシなどを、その色で統一させたりします。わかりやすい例をあげると、日本郵政は赤、NTTは青（NTTドコモは濃いピンク）などの色のことです。

「この色使いを見ると、〇〇っぽいなぁ」という印象を持ってもらえる色になりますので、自分のお店やコーポレートカラーというのを考えてみてはいかがでしょうか。コーポレートカラーが決まっていると、ホームページを作成するときやデザインスキンを変更するときなどもスムーズにできますし、変更後にお客様が見られたときも受け入れられやすくなるかと思えます。

お店のチラシを自分で作るとき、デザイナーさんに作ってもらったときでも、「こんな想いがあるので、うちのお店やコーポレートカラーはこの色なんです！」という色があると、作りやすいですし、納得できるデザインに出来上がります。デザインとしてその色ばかり！というのも目立たないので難しいのですが、一貫性を持たせるのはすごく重要です。

これを機会にぜひ「コーポレートカラー」について考えてみてくださいね～

リウムスマイル！は、皆様の使い勝手向上のために日々改良を続けていきます！  
操作について何かお気づきの点やご不明な点等ございましたら、いつでもお問合せお待ちしております。

## デザインのある生活

### コーポレートカラーについて



のーちゃん WEBデザイナー

夏に向けて部屋の模様替えをしたくてうずうずしています。

## オミセラブ日記

### 「オンデマンド印刷」と「オフセット印刷」の違い



じゃすみん WEBデザイナー

昼は暑くなってきましたが、まだ朝晩が冷えています。

印刷会社に名刺やチラシを印刷注文しようとするとき、必ずある「オフセット印刷」と「オンデマンド印刷」。この2種類の印刷方法の違いをご存知でしょうか？

「オフセット印刷」とは、最初に印刷の原版を作成して印刷する方法です。高解像度の原版を用いるため、写真の色味や文字の輪郭などが緻密に再現されて綺麗に印刷できます。ポスターなど写真やイラストを使ったデザインなら、オフセット印刷をおすすめします。デメリットとして、原版を作るため納期はオンデマンドよりも掛かり、また、少数だと1部当たりの単価が割高になります。（逆に大量に印刷する場合はコストを抑えることができます）

「オンデマンド印刷」とは、原版を作成しないで印刷する方法です。

原版を作成しないため、低コストで短納期で少数印刷することができます。現在では印刷機も高性能になっていますが、オフセット印刷と比べると文字や写真の綺麗さは劣ります。また、オフセット印刷と逆で、大量に刷る場合はコストが高くなっていきます。少しだけ注文したい場合などには、オンデマンド印刷をおすすめします。

オフセット印刷もオンデマンド印刷も、それぞれメリットとデメリットは異なります。紙の種類、厚さによっては、オンデマンド印刷では注文できても、オフセット印刷では注文できない（対応していない）ということもあります。印刷注文する際には印刷部数や納期、印刷した時の綺麗さなどを考慮しながら注文すると良いですよ。